



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de
Santa Catarina

Intenção de Compras de Dia das Mães 2022

O perfil do consumidor e a intenção de compras para o
período do Dia das Mães em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Abril de 2022

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	3
PERFIL DOS CONSUMIDORES	4
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES.....	6
CONCLUSÃO	15

INTRODUÇÃO

O Dia das Mães é a segunda data comemorativa mais importante para a economia catarinense depois do Natal- além de fomentar as vendas, estimula a movimentação econômica de praticamente todos os segmentos do comércio, serviços e turismo. Em razão disso, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa para conhecer o perfil do consumidor desta data, buscando preparar o empresário do setor com informações relevantes.

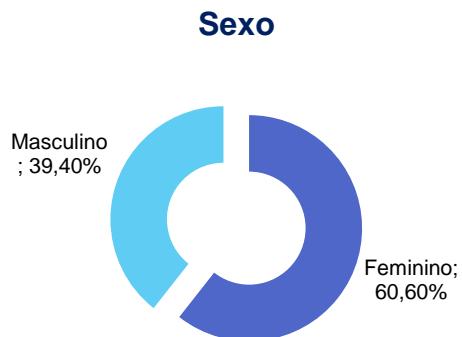
A amostra foi de 2.105 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 30 de março e 18 de abril de 2022. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí.

A metodologia utilizada na pesquisa de avaliação é a quantitativa por amostragem, e a coleta dos dados ocorreu por telefone, baseada na metodologia Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI), com base em questionário estruturado desenvolvido pelo núcleo de pesquisas da Fecomércio SC. O universo foi o de homens e mulheres maiores de 18 anos, residentes em zonas urbanas. Para um índice de confiabilidade de 95% a margem de erro foi estimada em 3%.

Foram aplicadas 20 perguntas, sendo 17 fechadas (respostas múltiplas e únicas) e 3 aberta. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

PERFIL DOS CONSUMIDORES

Em primeiro lugar, é importante entender o perfil das pessoas que comprarão neste Dia das Mães em Santa Catarina. Abaixo seguem algumas informações relevantes para este objetivo.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

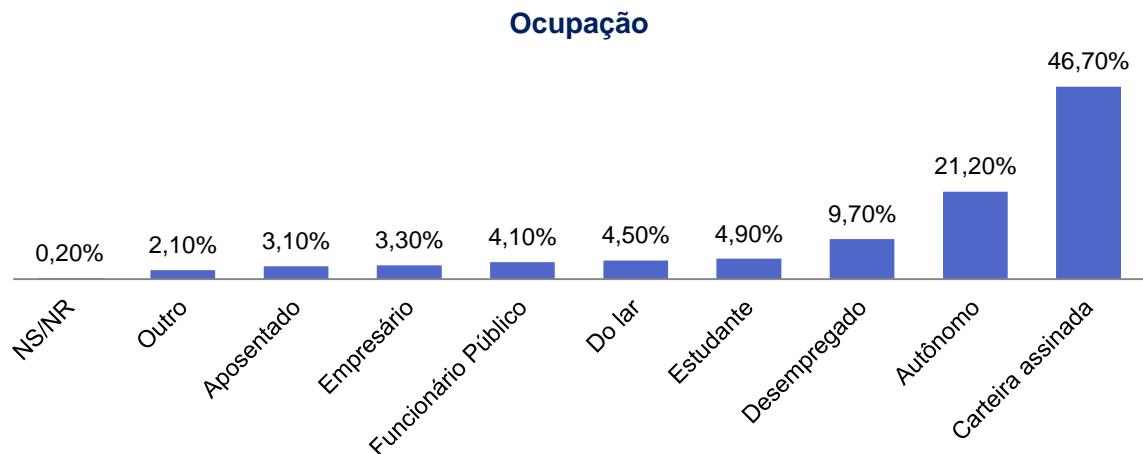
Os dados acima mostram que os entrevistados para a pesquisa de intenção de compras do Dia das Mães deste ano é formado majoritariamente por mulheres (60,6%) jovens, com idade entre 20 e 28 anos (33,7%). Quanto ao estado civil dos entrevistados, 49,8% são solteiros e 44,6% estão casados/união. Em relação ao grau de escolaridade dos consumidores, a maioria tem ensino médio 56,4%, enquanto 23,9% contém nível superior.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além disso, a maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (46,70%), seguido de autônomos 21,20% e desempregados (9,70%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES

O movimento de retomada das atividades econômicas segue refletindo na data comemorativa do Dia das Mães. Após forte queda em 2020 (18,4%), a intenção de gasto médio dos consumidores avança pelo segundo ano consecutivo. Desta maneira, os consumidores catarinenses pretendem gastar em média o montante de R\$ 196,64, aumento de 21,0% diante do ano anterior.

Apesar da alta expressiva neste ano, a intenção em termos reais não recuperou o nível pré-pandemia e está 4,3% menor que 2019 (R\$ 205,46) e 6,5% abaixo de 2018 (R\$ 210,25). Esse resultado reforça a pressão dos níveis de preços na redução do poder de compra dos consumidores. Entre maio de 2018 e março de 2021, a inflação oficial (IPCA) acumulada foi de 24,56% e a renda real dos trabalhadores de Santa Catarina passou de R\$ 2.917,00 (1º trimestre de 2018) para R\$ 2.823,00 (4º trimestre de 2021).

Intenção de Gasto – Valor Nominal e Real*



Os dados foram corrigidos com base no Índice de Preço do Consumidor Amplo (IPCA) e representam os valores reais para o ano de 2022.

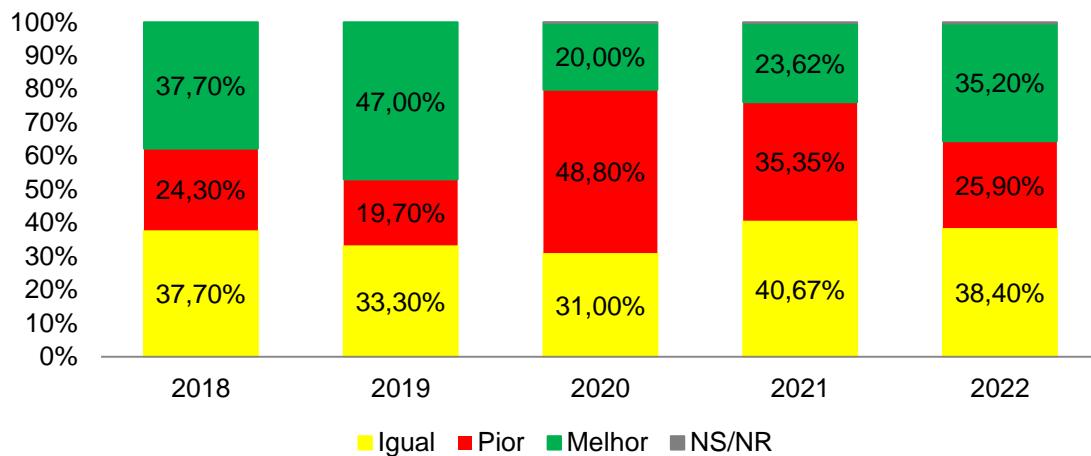
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para uma melhor prospecção da data também é importante avaliar a evolução da situação financeira das famílias. Neste ano, a condição financeira inverteu sua tendência anterior e passou a refletir o cenário mais positivo da economia, especialmente, devido à criação de postos de trabalhos formais no Estado, que acumula neste ano 51,9 mil novos empregos- este é o 2º melhor resultado em número absoluto dentre as unidades da federação, mas ainda permanece aquém do período pré-pandemia (2019).

A maioria dos entrevistados relatou que estão em situação financeira igual (35,2%) e o grupo de famílias com melhora nas condições financeiras saltou de 23,6% para 35,2%. Mesmo com uma situação financeira melhor, 25,9% dos entrevistados indicam estar em situação pior que em 2021, percentual superior a 2018 e 2019, mas inferior a 2020, quando alcançou 48,8%. A estabilidade financeira, comparada com o

ano passado, traz uma perspectiva de vendas e gasto médio maiores diante dos dois últimos anos.

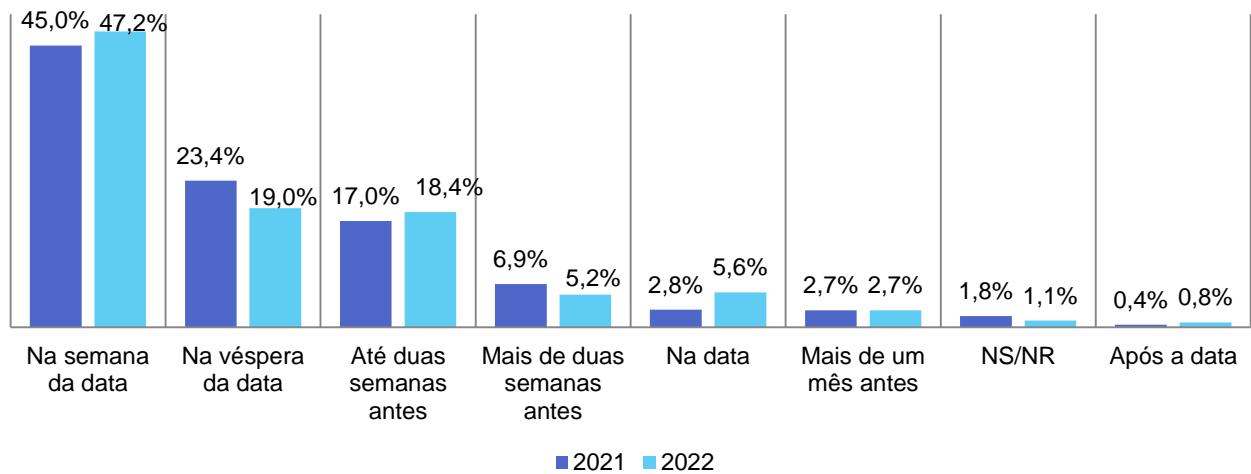
Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Também foi perguntado aos entrevistados quando pretendiam realizar as compras do Dia das Mães. Segundo os consumidores, 71,8% deles devem realizar a maior parte das compras durante a semana que antecede a data comemorativa, resultado similar ao do ano anterior. Desse total, 19,0% indicam que a compra pode ser realizada na véspera da data e 5,6% no dia da data. Já 18,4% pretendem realizar as compras em até duas semanas antes da data e apenas 2,7% mais de um mês antes.

Quanto pretende realizar a maior parte das compras

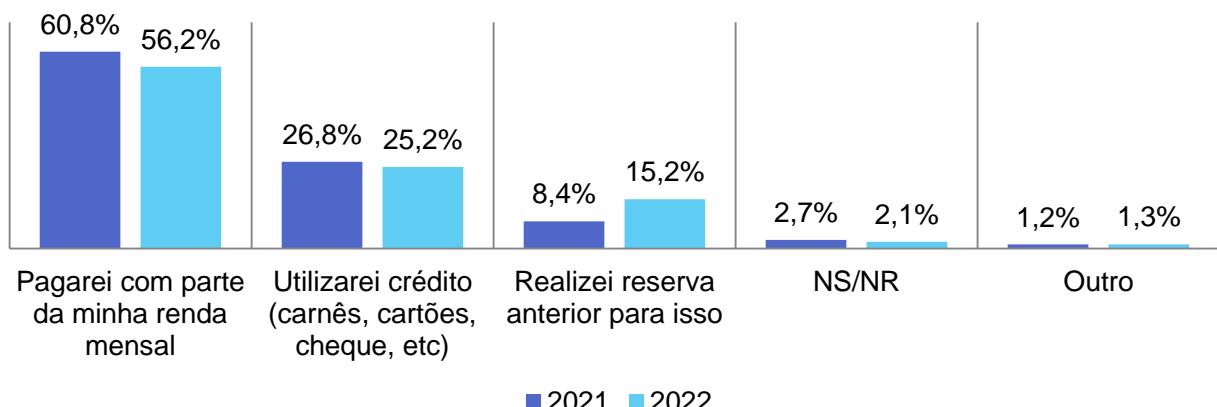


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados também mostram que o consumidor está planejando as compras ao guardar recursos financeiros para esse momento. Houve alta de 6,7 pontos percentuais (p.p.) para o consumidor que realizou reserva anterior para as compras, passando de

8,4% para 15,2%. A maioria dos entrevistados indica a utilização de parte da renda mensal como forma de pagamento (56,2%), enquanto, 25,2% irão utilizar o crédito.

Qual recurso utilizará para realizar as compras



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Nota-se que os consumidores possuem características diferentes. Aqueles que reservaram (R\$ 188,26) recursos para as compras tendem a gastar menos dos que os que indicam utilizar crédito (R\$ 216,63). Além de guardar recursos, o consumidor que planeja deve fazer o pagamento majoritariamente em dinheiro (67,0%) e ao escolher o local da compra valoriza o preço (37,9%) e o atendimento (19,10%).

Características do consumidor

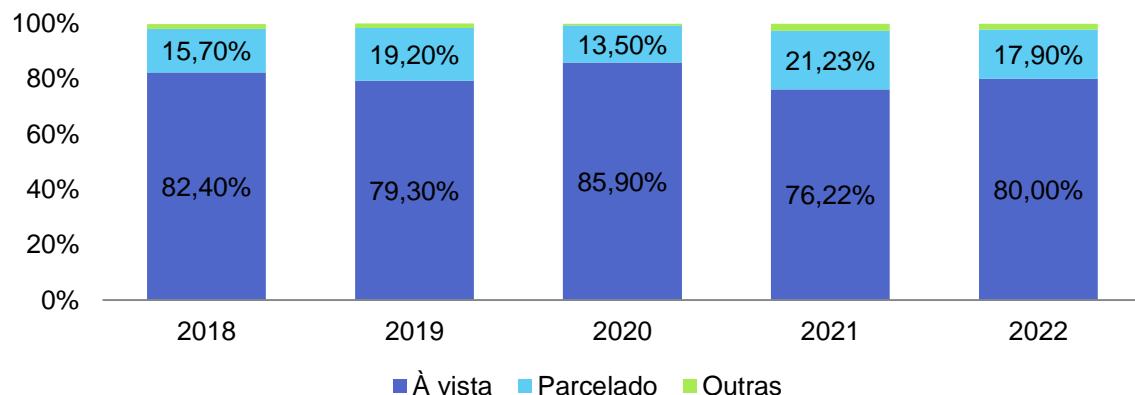
Informações		Utilizar crédito	Renda mensal	Realizou reserva
Gasto médio		R\$ 216,63	R\$ 194,68	R\$ 188,26
Modalidade de pagamento	À vista, em dinheiro.	2,40%	46,60%	67,00%
	À vista, débito, crédito ou PIX	41,5%	46,7%	25,8%
Atributo para a escolha do local	Preço	26,40% - (1 ^a)	27,70% - (1 ^a)	37,90% - (1 ^a)
	Qualidade do produto	24,00% - (2 ^o)	20,10% - (2 ^o)	16,90% - (3 ^o)
	Atendimento	18,60% - (3 ^o)	19,40% - (3 ^o)	19,10% - (2 ^o)
	Promoções	15,50% - (4 ^o)	17,70% - (4 ^o)	14,30% - (4 ^o)

Observação: O teste estatístico realizado no cruzamento das informações indicou relação muito significativa.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Já em relação à intenção de forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista (80,0%)- alta de 3,8 p.p. frente ao ano anterior. Esse comportamento é equivalente à média do pagamento à vista entre 2018 e 2021, que foi de 82,5%, resultado que indica que para o Dia das Mães a forma preponderante de pagamento não mudou mesmo com os efeitos da pandemia. As compras parceladas foram citadas por 17,9% dos consumidores, queda de 3,3 p.p. frente a 2021.

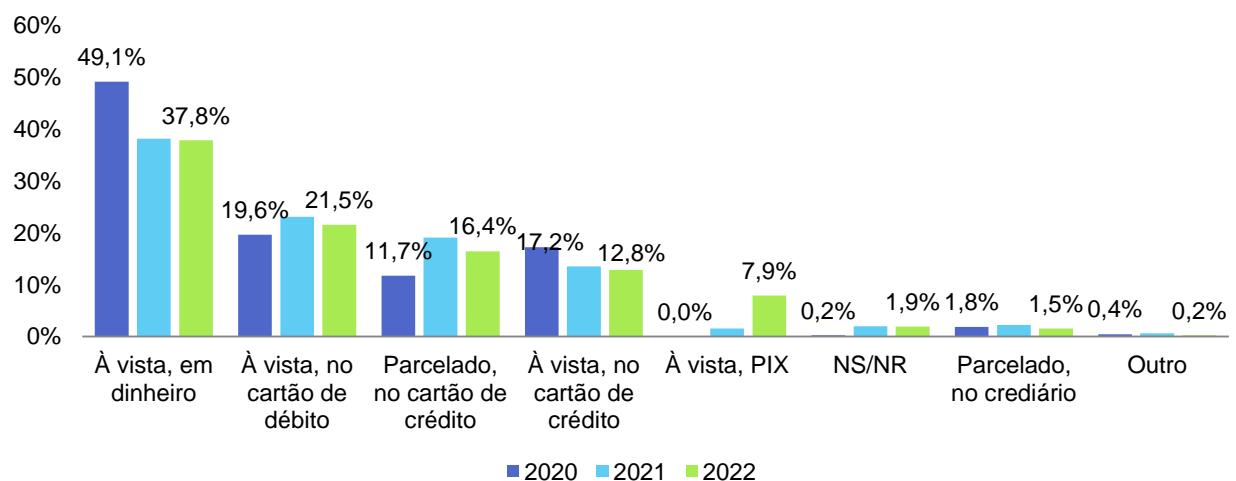
Forma de pagamento principal



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ao analisar as modalidades de pagamento de forma detalhada nota-se que houve queda em todas alternativas, exceto para o PIX. Essa modalidade está crescendo desde o seu lançamento, no final de 2020, e passou de 1,5% para 7,9% dos consumidores na pesquisa deste ano, alta de 6,4 p.p. A principal modalidade citada pelos entrevistados foi o dinheiro em espécie (37,8%), seguido do cartão de débito (21,5%). Aqueles que estão indicando o parcelamento preferem usar o cartão de crédito (16,4%), com mais frequência do que o crediário (1,5%).

Como pretende pagar a compra desses presentes? Por modalidade

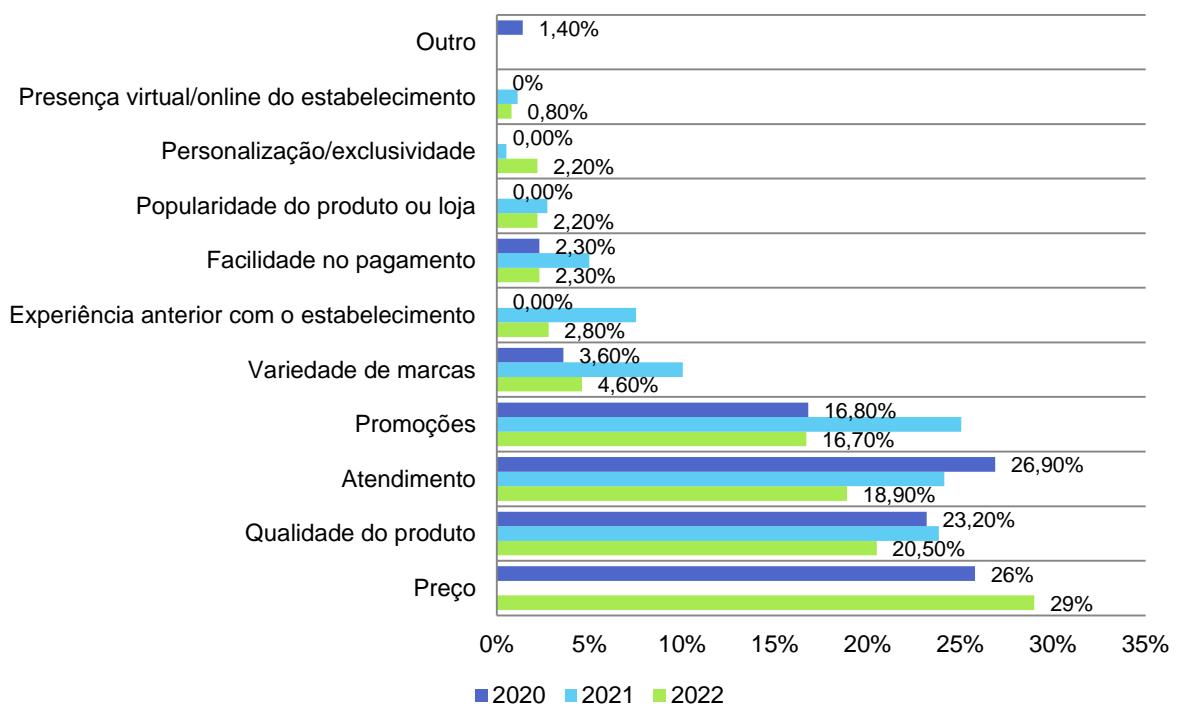


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para o empresário, é importantíssimo saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense irá valorizar nesta data. Assim, neste ano, o principal atributo será o preço (29%) para a escolha do estabelecimento. Em seguida também foi observada a importância da qualidade do produto (20,5%) e o atendimento (18,9%). Já as promoções representaram 16,7% das citações, assim são de interesse dos

catarinenses os atributos que estão relacionados à busca por um menor gasto e uma melhor experiência de compra.

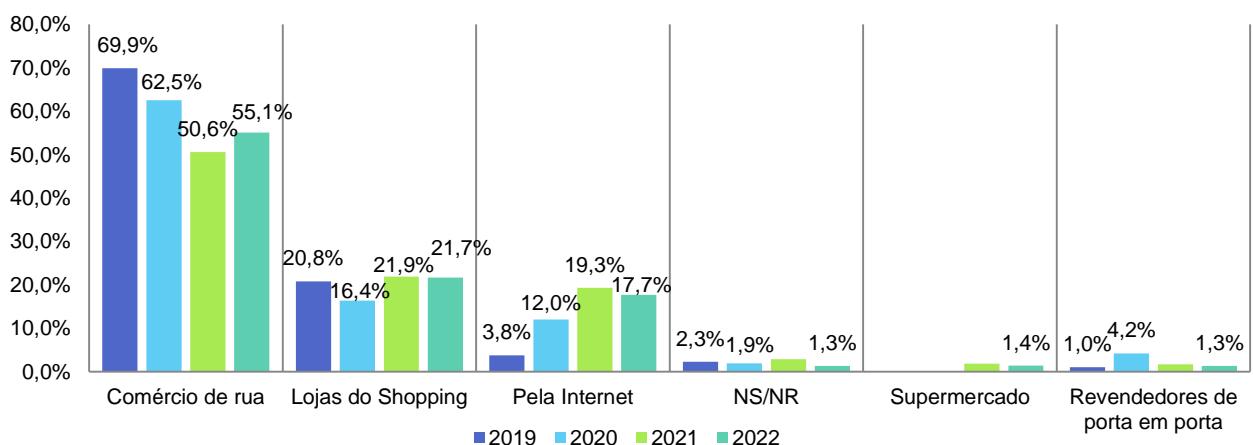
Ação do comércio para a escolha do estabelecimento



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio de rua permanece sendo opção da maioria dos catarinenses (55,1%), alta de 4,5 p.p frente ao ano anterior. A segunda opção foi os Shoppings Centers (21,7%).

Local da compra

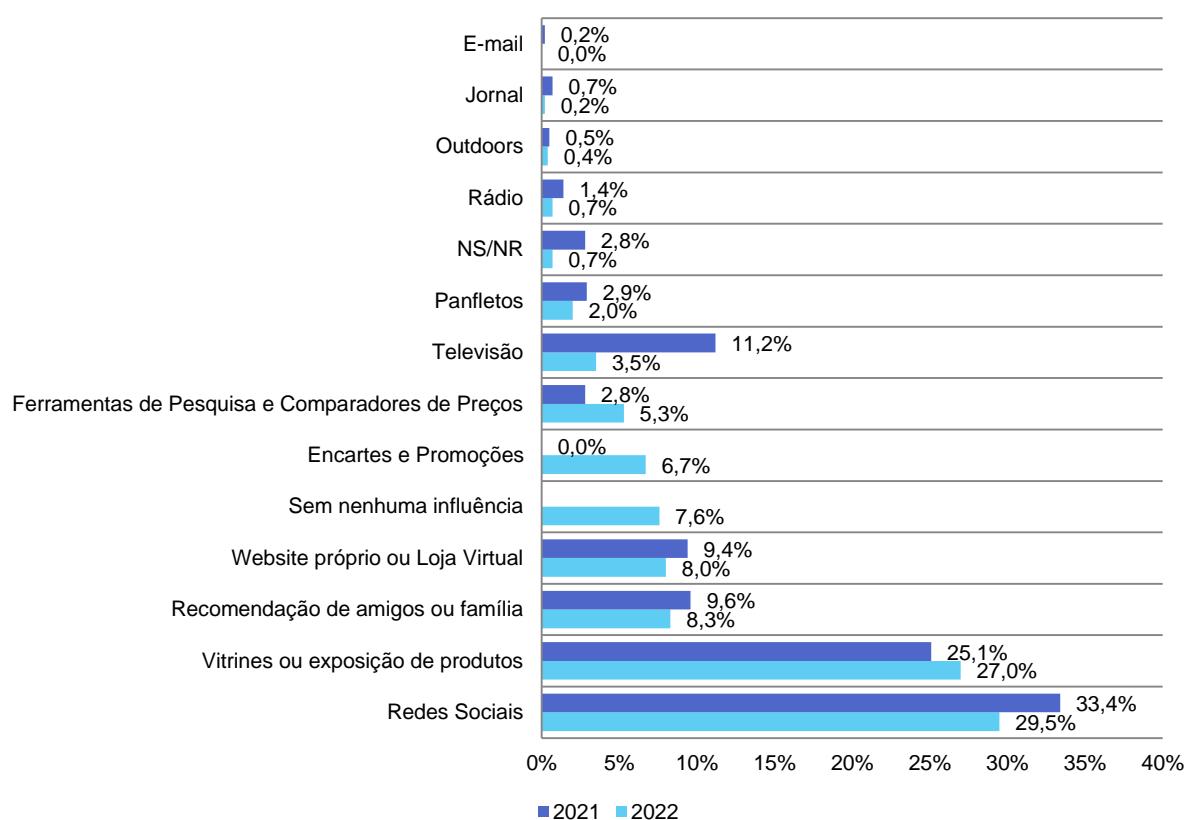


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Já a internet, que ganhou espaço desde o início da pandemia, saindo de 3,8% em 2019 para 19,3% em 2021, caiu para 17,7% neste ano. Apesar da queda, o resultado mostra que a tendência por essa modalidade segue elevada e deve permanecer nesses patamares. Com a estabilidade da pandemia e a maior confiança dos consumidores, voltou a crescer o comércio de rua, assim, o resultado de 2022 pode se configurar como uma adaptação dos consumidores ao novo cenário.

Os consumidores catarinenses apontaram que as redes sociais (33,4%) são os principais meios de divulgação que influenciam na escolha dos locais para a compra, entretanto, houve queda de 3,9 p.p. diante do ano passado. As vitrines ou a exposição dos produtos na loja (27,0%) são a segunda opção dos entrevistados, seguido da recomendação de amigos ou família (8,03%) e site próprio ou loja virtual (8,0%).

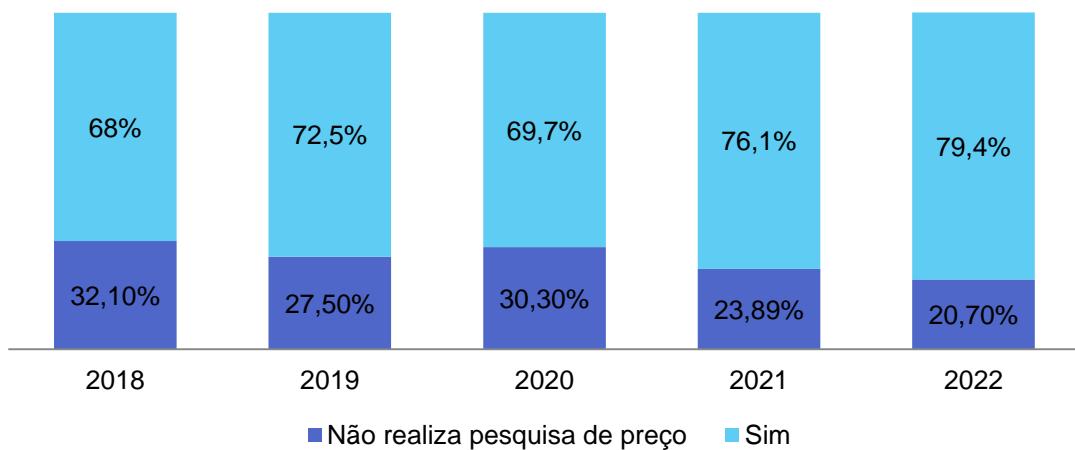
Meios de divulgação/atração mais influenciam sua escolha de estabelecimento para compras



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A visão de que os preços são muito importantes para os consumidores de Santa Catarina também é demonstrada pelo fato de que 79,4% dos entrevistados irão realizar pesquisa de preço para a compra dos presentes, maior resultado desde 2018 e acréscimo de 3,3 p.p. em relação ao ano passado.

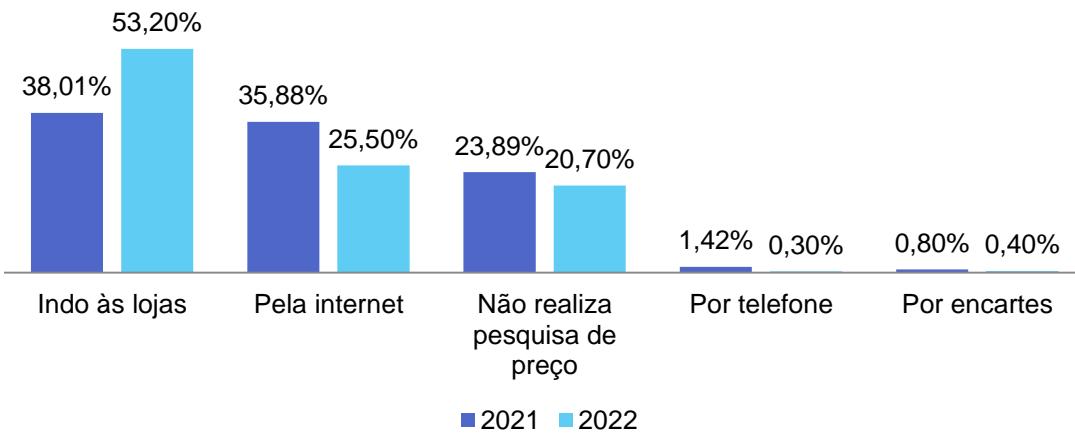
Realizará pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Além disso, o consumidor também tende a estar mais presente no comércio de rua para realizar as pesquisas de preço, forte crescimento de 15,9 p.p, saindo de 38,0% para 53,2% em 2022. Cabe destaque a redução da pesquisa de preço pela internet de 10,3 p.p. diante de 2021, alcançando 25,5% dos entrevistados.

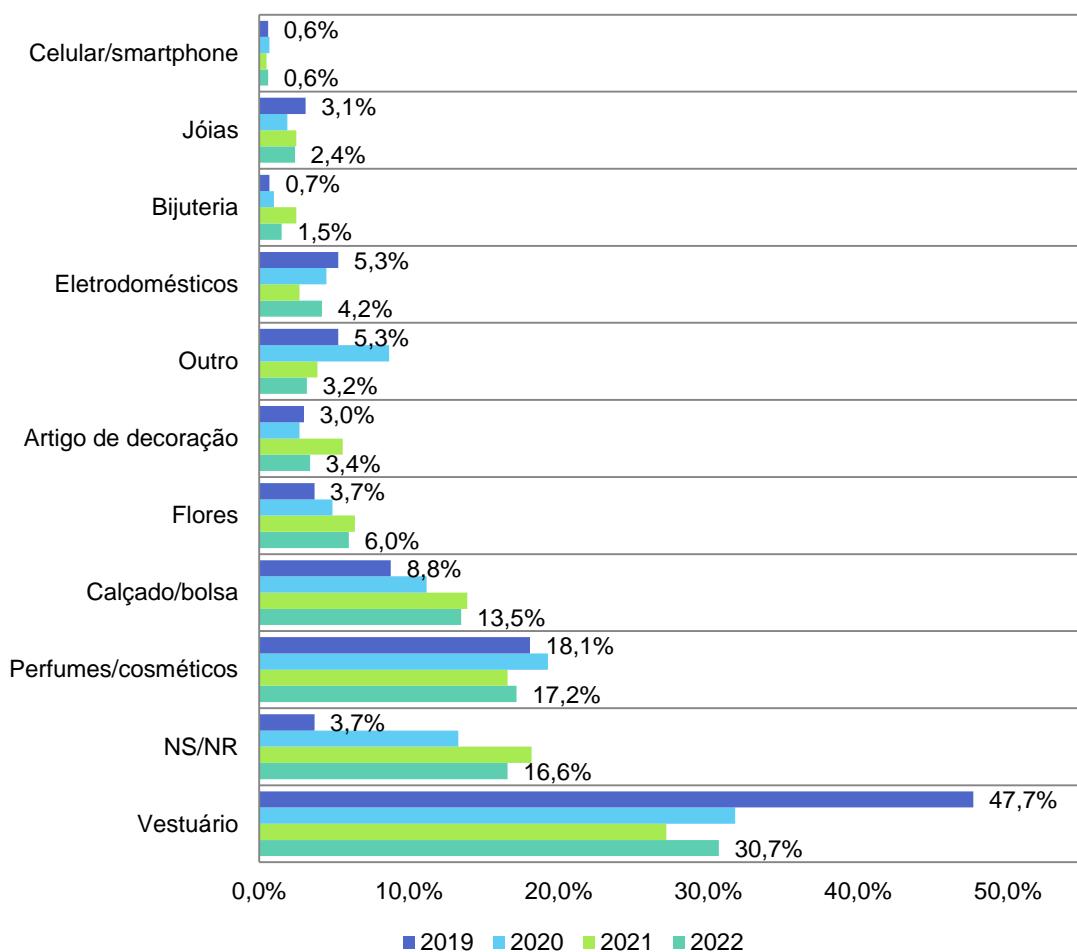
Tipos de pesquisa de Preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

É importante saber quais setores serão os mais procurados durante o período que antecede o Dia das Mães. Dessa maneira, a Fecomércio SC perguntou qual seria o presente comprado pelos catarinenses para suas mães. Nota-se que a principal parte dos consumidores presenteará produtos relacionados ao setor de vestuário (30,7%), seguido pelo setor de perfumes/cosméticos (16,6%) e pelo de calçados/bolsas (13,5%). Esses principais produtos apontados pelos consumidores foram equivalentes ao do ano anterior.

Tipo de Presente

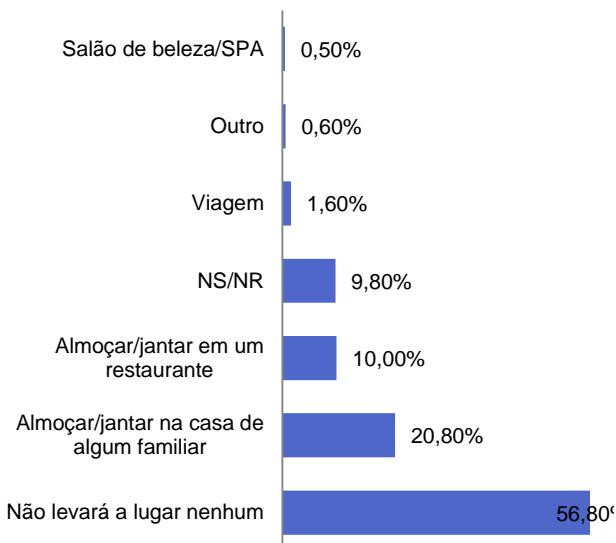


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

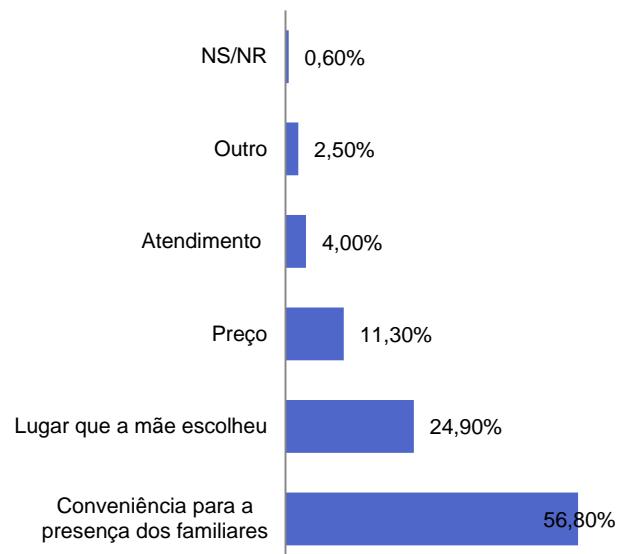
Uma parcela considerável dos consumidores (16,6%) ainda está indecisa quanto ao presente, o que demonstra incerteza considerável no consumo. Esse cenário também foi apresentado em 2021, quando 18,2% dos consumidores também estavam indecisos. Nos anos pré-pandemia os percentuais estavam abaixo dos 10% (3,7% em 2019 e 6,9% em 2018).

Além de movimentar o comércio tradicional, o Dia das Mães também traz impactos para o setor de serviços e turismo. A maioria dos consumidores informou que não levará a lugar nenhum (56,80%). Entre aqueles que pretendem fazer alguma programação especial, predomina almoçar/jantar na casa de algum familiar (20,8%) ou restaurante (10,0%).

Levará a mãe para algum passeio



Motivo da escolha do local



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para finalizar a pesquisa, a Fecomércio SC indagou o motivo para a escolha da programação, sendo que a conveniência para a presença dos familiares prevaleceu (56,8%). Em segundo lugar e citado por 24,9% dos entrevistados, a programação especial seguirá o lugar que a mãe escolheu, seguido pelo preço (11,3%).

CONCLUSÃO

Em 2022, a expectativa de gasto médio para o Dia das Mães em Santa Catarina cresceu 21% frente ao ano anterior e está estimada em R\$ 196,64. O movimento positivo é o segundo consecutivo, após forte queda em 2020, e indica permanência da retomada do volume de vendas nesta data comemorativa. Embora ocorra alta, a intenção média em termos reais não recuperou o nível pré-pandemia e está 4,3% menor que 2019 (R\$ 205,46) e 6,5% abaixo de 2018 (R\$ 210,25).

Nota-se que a renda tem um papel fundamental, já que a percepção de situação financeira preponderante das famílias apontada na pesquisa está igual (38,4%) ou melhor (35,2%) que o ano anterior. Por outro lado, número ainda elevado de famílias (25,9%), comparado a antes da pandemia, indicam situação financeira pior.

A pesquisa mostra também aumento na quantidade de consumidores que planejaram com antecedência ao guardarem recurso para realizar as compras, atingindo 15,2%. A maior parte utilizará recursos da renda mensal para adquirir os presentes (56,2%). As compras devem ficar concentradas durante a semana que antecede a data comemorativa (71,8%).

Os dados também apontam o avanço na preferência do consumidor para comércio de rua frente ao ano anterior, tanto para realizar as compras (55,1%)- alta de 4,5 p.p, bem como para a realização das pesquisas de preços (53,2%)- alta de 15,9 p.p. Já a preferência por shoppings centers (21,7%) ficou estável e a compras pela internet reduziu, passando de 19,3% para 17,7%.

A maioria dos catarinenses tem intenção de pagar suas compras à vista (80,0%), com destaque para a elevação do pagamento em PIX (7,9%)- única modalidade com alta frente ao ano anterior. Além disso, 79,4% dos consumidores irão realizar pesquisa de preço, maior resultado desde 2018 para a data.

Os consumidores devem prezar pelo preço (29,0%), seguindo da qualidade do produto (20,5%) e o atendimento (18,9%) na hora de decidir o local de sua compra. Vestuário (30,7%), perfumes/cosméticos (16,6%) e calçados/bolsas (13,5%) lideram lista de presentes.